大数据背景下传统电视新闻文字编辑的创新

摘　要：以微博、微信、快手等一系列新媒体应用为标志的移动互联网时代正在快速改变着我们的生活，这类以无纸化、高效率、受众广为特点的互联应用极大地影响了电视新闻媒体行业的变革，这标志着一个新时代的到来。本文以大数据背景下我国电视新闻媒体文字编辑的创新发展为研究对象，侧重于研究大数据对于我国电视媒体行业带来的不同影响，并为未来电视新闻文字编辑的职业发展提供了良好的思路。

关键词：大数据；电视新闻媒体；文字编辑

中图分类号：G206　　文献标识码：A

文章编号：1671-0134（2017）12-110-02　　DOI：10.19483/j.cnki.11-4653/n.2017.12.042

文 / 权爱丹

引言

大数据是指“无法用现有的软件工具提取、存储、搜索、共享、分析和处理的海量的、复杂的数据集合。”业界通常用 4 个 V(即 Volume、Variety、Value、Velocity) 来概括大数据的特征。数据体量巨大 (Volume) 是大数据的主要特征之一，而正是由于庞大的数据量，使其可以无所不包地囊括目前世界以及过去数千年的全部信息资料。大数据的研究对于信息化时代而言具有重要的意义，可提升资源的有效利用率，突破历史与时间的间隔而完善以信息化为主要诉求的现代教育，因而对电视新闻媒体文字编辑工作的信息化建设具有重大意义。

1. 大数据对我国电视新闻文字编辑工作产生的影响

从整体角度来看，大数据的快速发展对我国电视新闻媒体文字编辑工作的影响主要体现在如下几个方面：

1.1 传播影响力方面

传统的电视新闻文字编辑大多是利用现有的材料和采访内容进行内容整理，为稿件梳理逻辑，起到对公众宣传的作用，传统方式主要利用平面广告、视频广告、杂志文案等方式进行传播，其中的文字内容来源于文字编辑的书写和整理，但在涉及较长历史年代或诸如此类的信息表述时，往往难以表现出文字编辑工作应该具有的准确性和时效性。而大数据主导下的新媒体形式则通过信息的快速流通，在将同样的内容通过视觉、听觉等不同形式在各大数字化平台内进行广泛传播的过程中，极大地丰富了文字编辑的组稿和信息互通。

随着大数据时代的快速到来，文字信息的阅读方式也表现出了与以往的不同，利用移动客户端或者网络平台进行信息的浏览、转发而起到的宣传推广作用要明显优于传统媒体的传播影响力。电视新闻媒体文字编辑的工作也从纯文字编辑转向流媒体或者数字媒体中穿插文字的编辑方式，通过大数据的应用，电视新闻文字编辑更加注重文稿的投放频率和效率，在借助大数据把握行业焦点、事件动态和新闻时效方面具有更大的现实可能性。这也决定了大数据背景下传统电视新闻媒体的传播影响力更大。

1.2 受众水平方面

以前，电视新闻媒体还是人们快速获取新鲜资讯和社会新闻的第一手媒体，由于其数字化的效果和直观呈现的水平较高在很长一段时间内是人们对于媒体传播的主要映像，传统电视新闻媒体的文字编辑也只是根据特定的选题进行策划和采访，完成编辑、组稿、刊发或提供给电视节目相应的文稿资料，其自身的实际作用没有最大限度地得以展现。而大数据的发展使行业之间的信息隔阂被打破，文字编辑的实际作用也不只是跟着围绕特定的选题进行，其可以为电视新闻媒体的受众提供更多的信息资源，利用文字展现新闻的魅力，更好地把握社会动态、行业热点、时事要闻，可以做到比视频等媒体形式更快地呈现相关要闻，最大限度地提高受众程度。

2. 大数据背景下传统电视新闻文字编辑的创新

2.1 加速舆论导向、媒体立场的融合

传统电视新闻媒体在如今的发展中面临着来自新媒体的压力，但是新媒体与传统电视新闻媒体不是对立关系，而是相互有利、彼此依存的，二者缺一不可。电视新闻媒体是国家和社会新闻资讯的集中发布平台，新媒体需要依赖电视媒体的资讯才可能实现其轻量化体验的要求，而电视新闻媒体也需要新媒体的广泛受众和良好的传播影响力来帮助其实现新时代下的良好发展。在如今互联网信息流量的冲击下，文字编辑工作需要处理的信息容量不断扩大，利用大数据不是盲目地扩张信息量，虽然相比以前而言，发布信息的效率的确有所提高，但是文字编辑工作者要深刻了解电视新闻媒体

自身的立场和舆论导向性。比如一些事件从网络舆论场发迹，电视新闻媒体等媒介对该事件和道德事件进行了详细的调查和报道，鲜明地表达出了与网络新媒体不同的立场和态度，占据舆论导向的正确方面，杜绝一边倒的批评现象，中肯地表达出了当代电视新闻媒体在“正视听、明事理”方面的作用，而不是在复杂的网络环境下对舆论环境一味的附和或者打压。

2.2 加强技术渠道和内容渠道的建设

大数据自有其应用的方便性，但是作为电视新闻文字编辑，要在合理利用大数据平台的基础上准确地把握信息内容。结合新媒体形式拓展技术渠道并以传统电视新闻的内容审核逻辑确定如何应用大数据，发布更具质量和时效的新闻是如今电视新闻媒体文字编辑工作的重中之重。国内目前的传统电视新闻媒体转型发展新媒体平台的不在少数，如中央电视台、东方卫视、湖南卫视等，其借助自身的资源优势和多年深耕新闻媒体领域的实际经验创建了属于自己的新媒体运营平台，这些新媒体平台可以完全看作是其电视新闻媒体资源的复刻和共享，以实现同一资源的多种传播。从以上可以看出，电视新闻媒体建立自己的新媒体平台需要有明确的定位和良好的创新能力，比如微信公众平台的建设，电视新闻媒体应该在充分了解受众人群的阅读习惯之后针对本频道的媒体资源推出可读性高、实用性强的新媒体规划，例如在融合图片与文字的基础上加强网络新潮词汇的使用，这种看似远离主流媒体严谨性的做法却恰恰加强了新媒体宣传的亲民特性，在提升自身经济效益的同时也使互联网新媒体的形象更加深入人心。

2.3 加强内容分享性、资源开放性和版权保护性的融合

大数据时代下，电视新闻文字编辑的内容很大程度上也是网络媒体的共有资源。我国目前对于互联网资源的产权保护无法面面俱到，仅在 2016 年，主流媒体被广泛抄袭的优质内容已经从纸媒扩展到了网络媒体和新媒体产品中。文字编辑工作的产物是新闻或者具有类似传播效力的文字内容，是一种文化创造力的体现，但是大数据的应用使这些原本只在特定领域传播的内容变成了公有和共享的大众内容，这也方便了一些以抓取互联网优质内容进行营销的所谓自媒体人大行其道。可以明确的是，电视新闻媒体的文字编辑不仅要善于创造内容，还要善于在自己的内容中加大版权保护行为和意识，对分享在公共网络上的文字资源加入防盗链等保护版权的措施，注重内容分享而非直接复制进行传播。这既是对文字编辑的基本要求，也是对现代媒体行业从业者的要求。只有做到正视大数据给新闻媒体行业带来的正、负面影响，才能加强新媒体时代下传统电视新闻媒体中贡献内容和资源的文字编辑的价值，实现大数据与新闻文字编辑工作的良好结合和现实发展。

2.4 重视电视新闻文字编辑的个人能力培养

文字编辑的个人能力体现在对社会动向以及新闻热点的准确把握，并且把其转化为文本内容，在进行文字编辑的过程中要注意把握文字可能具有的不同效力，形成自己的观点并树立正确的舆论导向。大数据时代，文字编辑的个人能力更加体现在敏锐的新闻洞察力和过硬的文字整合能力，撷取百家之长而形成自己的独到见解，而不只是人云亦云，做网络文字资源的搬运工，这就要求文字编辑的阅读能力和信息提取能力都要有相应的上升，在大数据平台中面对数以亿计的信息资源要保持正确的职业操守和道德底线。增加对工作内容的理解和未来发展的关注，形成具备现代化格局的文字编辑职业化视野。

结语

综上所述，随着我国新媒体市场的不断完善和受众群体的逐步稳定，电视新闻媒体文字编辑的工作将获得长足发展，而与此同时，电视媒体自身要做好准备，积极明确和建立自己的经营理念、与舆论导向相符合的管理制度和先进的新闻媒体运营管理理念。可以预见，应用大数据将是我国电视新闻媒体未来发展的重要方向。媒

参考文献

[1] 解飞 . 大数据架构下的文献资源管理与应用 [J/OL]. 电子技术与软件工程，2017（21）：179-180（2017-11-07）.
[2] 王晓玲 . 电视新闻文字编辑素养的自我修养 [J]. 新闻传播，2016（24）：36，38.
[3] 张雪莲 . 浅谈电视社会新闻文字编辑的思维取向及语言驾驭 [J]. 戏剧之家，2016（20）：255-256.
[4] 程一丁 . 大数据时代下数据新闻的发展研究 [D]. 成都理工大学，2015.
[5] 尹颂，张娟娟 . 由文字编辑到“全能”编辑——浅谈报纸文字编辑如何编辑新闻图片 [J]. 采写编，2006（06）：63.

（作者单位：延吉广播电视台）